

ALPHA_Z

Neues aus dem Hause Kobza

WIEN. Storytelling und Content-Development über alle Kanäle – das ist die Kernkompetenz von alpha_z, der neuen PR-Agentur der Kobza Media Group, hervorgegangen aus alphaaffairs und Kobza Integra. „Mit der in alpha_z gebündelten Kraft haben wir den Anspruch, die führende PR- und Content-Agentur des Landes zu werden – jedenfalls Top 5“, erklärt Agenturchef Rudi Kobza.

Eingebettet ins Netzwerk alpha_z versteht sich als Content- und Strategie-Schmiede und bietet über die Kernkompetenz der strategischen Kommunikationsberatung hinaus auch datengestützte PR samt Datenanalyse, Events, Social Media- und Videokampagnen, Guerillamarketing und integrierte Kommunikationskampagnen mit den Partneragenturen aus der Kobza Media Group an. „Storytelling ist der Schlüssel für unsere Arbeit – zur richtigen Zeit in den richtigen Kanälen mit den richtigen Worten“, so Managing Director Florian Faber.



© alpha_z/Klaus Ränger

Gründungsereignis

Im September startete mit alpha_z die neue Agentur der Kobza Media Group.

Nur mehr digital?

Für die Austrian Development Agency entwickelt Grayling Austria die Corporate Publishing-Formate weiter.



© Grayling Austria

Grayling Austria-CEO Sigrid Krupica gemeinsam mit Unit Director und ADA Etat-Verantwortliche Doris Passler.

•• Von Sascha Harold

WIEN. Vom Mitarbeitermagazin zum Geschäftsbericht bis zum Kundenmagazin: Grayling Austria konzipiert, entwickelt und setzt für zahlreiche Kunden Corporate Publishing-Projekte um. Mit der Digitalisierung kommen zunehmend Online-Formate hinzu, die neue Touchpoints mit den Zielgruppen ermöglichen. Digital Corporate Publishing hilft dabei, die Reichweiten zu steigern und macht die Verbreitung von Inhalten messbar.

Print vs. Digital?

Print und Digital schließen sich dabei nicht aus, sondern können nebeneinander sinnvoll sein. „Den Anspruch, dass Corporate-Projekte in Print erscheinen, gibt es zwar nach wie vor. Wir sehen uns aber sehr genau an, ob diese dem Nutzungsverhalten der Zielgruppen entsprechen, und empfehlen zunehmend Online-

„

Online-Lösungen bringen in der digitalen Kommunikation viele Vorteile.

Sigrid Krupica

Lösungen, die Print häufig ergänzen und in der digitalen Kommunikation viele Vorteile bringen“, so Sigrid Krupica, CEO Grayling Austria.

Austrian Development Agency Für die Austrian Development Agency (ADA) begleitet Grayling bereits seit vielen Jahren den Bereich Corporate Publishing und hat Anfang 2019 das

“

Print-Magazin *Weltnachrichten* um einen zusätzlichen digitalen Magazin-Auftritt bereichert.

Bis dahin erschien das Corporate Magazine viermal jährlich mit einer Print-Auflage von 50.000 Stück. „Mit dem neuen digitalen Format der *Weltnachrichten* erfolgte der nächste wichtige Schritt, um verstärkt Online-User anzusprechen und die digitale Community zu vergrößern“, sagt Doris Passler, Unit Director bei Grayling Austria und Etatverantwortliche.

Das Ende des gedruckten Magazins bedeutet das allerdings nicht – der digitale Auftritt wird eher als Ergänzung gesehen, etwa die Hälfte der Leser bevorzugt weiterhin Print.

„Print bietet den Lesern ein haptisches, analoges Erlebnis und wird gerade für Special Interest-Medien oder Corporate-Magazine wie den *Weltnachrichten* Zukunft haben“, so Passler weiter.